



SETE

La rivista sulla ristorazione dell'impresa Feldschlösschen - www.giornalesete.ch
N.2 | Febbraio 2015



Fate lievitare i guadagni:

Più scelta = più entrate

Pagina 10

La selezione ideale di birre

Sfruttate la mappa delle birre su myfeldschloesschen.ch

Pagina 23

Restyling

Schweppes ha cambiato look, ma la qualità è quella di sempre

Pagina 29

Affarone!

EVE by Cardinal
Litchi

Prezzo netto **1.33**
invece di 1.63
VR cassa 24x0,275



EVE by Cardinal
Passion Fruit

Prezzo netto **1.33**
invece di 1.63
VR cassa 24x0,275

I NOSTRI 3 CAMPIONI

BARBERA D'ALBA

Il delicato: è il preferito di
tutta la nazione

BARBARESCO

Il massiccio: è legendaria
la sua forza e la molteplicità

BAROLO

Il grande: chi vuole vincere,
non gli passa d'avanti



VAREJ DI FONTANAFREDDA

Sono disponibili in tutta la svizzera per i clienti dell'alta gastronomia sul seguente sito:

www.bottle.ch

THE
IBOTTLE
VINO DA CONDIVIDERE

Editoriale

Più profitti con una scelta di birre più ampia



Care lettrici, cari lettori

Una scelta di birre più ampia è sinonimo di più clienti, più fatturato e più profitti. Questa equazione è vera non solo nelle città e nei grandi centri, ma anche in campagna. Da **pagina 10** potete leggere come alcuni clienti Feldschlösschen soddisfatti hanno ampliato il loro assortimento di birra e il loro bilancio positivo di questa esperienza. «Grazie all'ampia scelta di birre abbiamo aumentato il fatturato», dichiara ad esempio Nico Röthlisberger dell'Hotel Schweizerhof di Sils-Maria. E a **pagina 19** Ramona Imperiale dell'Eisenbahnli-Pub di Reichenburg afferma: «Molti nuovi clienti arrivano da noi proprio perché ora serviamo anche la Guinness alla spina.»

Ampliate anche voi la vostra offerta di birre e accrescete i vostri profitti! Il vostro Sales Manager Feldschlösschen sarà lieto di aiutarvi nella scelta delle birre giuste. Inoltre, potete consultare anche myfeldschloesschen.ch per ottenere informazioni e ottimizzare il vostro assortimento comodamente dal vostro ufficio. A **pagina 23** scoprite cosa può offrirvi la nostra piattaforma per la ristorazione.

L'offerta di birre ideale comprende anche il brand internazionale Carlsberg. A **pagina 25** scoprire come si presenterà agli Swiss Nightlife Award 2015 questa birra premium e con quale slogan sorprenderà i clienti.

Fabio Cascili,
Sales Manager Area Locarnese e Valli

COLOFONE

SETE

La rivista sulla ristorazione dell'impresa
Feldschlösschen
www.giornalesete.ch

Pubblicato da:

Feldschlösschen Bibite SA
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
Telefono 0848 125 000
www.feldschloesschen.com

Coordinamento generale

Gabriela Bättig

Responsabile di redazione

Gabriela Bättig

Inserzioni

durst@fgg.ch

Gabriela Bättig

Redazione, layout, litografia, correzione, traduzione, stampa e spedizione

Impresa generale
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Responsabile progetto: Pamela Güller

Capo-redazione: Marcel Siegenthaler/
Textension GmbH, www.textension.ch

Periodicità

Mensile, edito in italiano, tedesco e francese

Anno Nono anno

Tiratura

Italiano 2000, tedesco 24000, francese 10 000

Diritti d'autore

I contributi contenuti in questa rivista sono protetti da diritti d'autore. Tutti i diritti riservati.

Copyright

Freshfocus, Textension, Feldschlösschen



Una birra con... 19



San Patrizio 9

LACERBER	SPEZIALER	SPEZIALITÄTEN	WESBERER	ALPENHÖFLES/NEZAZZERT



Brooklyn Lager

L'American Way of Life nel vostro locale

Portate nel vostro locale l'American way of life: la **Brooklyn Lager** è una splendida birra lager dall'aroma maltato di color oro ambra, assurta a simbolo delle birre artigianali americane. Nei bar di tutto il mondo gli americani si sentono sempre a casa quando possono gustare una Brooklyn Lager, ma questa birra è anche apprezzata dagli intenditori svizzeri e si abbina perfettamente con i barbecue americani, gli hamburger e i piatti tex mex. La Brooklyn Lager è disponibile per voi ristoratori alla spina nei fusti da 30 litri e nelle bottiglie da 33,5 cl. Se anche voi apprezzate il sapore di questa birra a stelle e strisce, potrete ordinare da Feldschlösschen anche la **Brooklyn Brown Ale** e la **Brooklyn East India**. Cheers!



Ordinare subito!

4.89 CHF

al litro

Brooklyn Lager
fusto da 30 litri
Art. 12169

www.myfeldschloesschen.ch

Ordinare subito!

2.08 CHF

la bottiglia

Brooklyn Lager
25x 35,5 cl VP vetro
Art. 11980

www.myfeldschloesschen.ch



CONOSCERE LA BIRRA

FELDSCHLÖSSCHEN
ACADEMY

Lo sapevate che gli esercizi che propongono delle specialità e più birre speciali hanno introiti maggiori e guadagnano anche nuovi clienti grazie alla scelta più ampia di birre?



Consiglio del mese

Visitate il sito myfeldschloesschen.ch, scegliete l'area Training/Centro conoscenze e consultate l'atlante culinario (area «vendita attiva»). Vi darà un'ottima panoramica dei piatti e birre da abbinare. Le birre Feldschlösschen saranno un vero arricchimento per i vostri menù!



IL VINO DEL MESE

Ripasso Valpolicella

CANTINA DI NEGRAR

Il bouquet del **Ripasso della Valpolicella** è complesso, vinoso e speziato, con accenni di frutti rossi. Questo vino italiano conquista per il gusto armonico, pieno e vellutato e un rapporto equilibrato tra tannini e grado di acidità.

È perfetto con ...

Il Ripasso della Valpolicella è perfetto con la cucina svizzera, in particolare con i piatti di carne.

«THE BOTTLE» - Food & Wine:

www.bottle.ch



Ordinare subito!

14.90 CHF

la bottiglia

Ripasso della Valpolicella
Art. 12302
6x75cl VP cartone

www.myfeldschloesschen.ch



Nuovi accessori

Berretto e cintura per i nostri autisti

Da un'anno e mezzo, i nostri autisti girano per la Svizzera in una nuova tenuta di lavoro. Il look da cocchiere tradizionale salta all'occhio. Sotto l'albero di Natale, gli autisti hanno trovato un regalo speciale: un berretto da mettere al posto del cappello quando le temperature si fanno più miti, ed una robusta cintura, tutti e due na-

turalmente con il logo della Feldschlösschen.

«Si abbinano bene»

I nuovi accessori completano a perfezione la tenuta di lavoro. «Noi autisti abbiamo apprezzato molto i regalini. Il berretto e la cintura si abbinano bene al resto della tenuta di lavoro», ha detto Niklaus Sahli.



L'autista Niklaus Sahli fa vedere soddisfatto i nuovi accessori ricevuti.



Birra ricca

Uova indiavolate

Negli Stati Uniti d'America le «Deviled Eggs» sono uno stuzzichino molto apprezzato. Le uova tagliate a metà vengono arricchite con ingredienti piccanti come il tabasco e il chili in polvere. Altrettanto diabolicamente buone sono anche con il tonno o l'avocado. Lo snack ideale da abbinare tanto alla birra americana che alle altre.

Deviled Eggs con tonno e avocado

INGREDIENTI PER 24 PORZIONI: 12 uova, 1 avocado, 15 g di maionese, 3 cucchiaini di succo di limetta, aglio in polvere, pepe di cayenna rosso, sale per insaporire, carota per decorare, 200 g di tonno, 2 cucchiaini di prezzemolo fresco, 2 cucchiaini di olive spezzettate, 1 cucchiaino di senape, 2 cucchiaini di succo di limone, 1 cucchiaino d'olio d'oliva, sale, pepe quanto basta, lardo per decorare.

PREPARAZIONE: cuocere le uova sode, sbucciare, tagliare a metà. Con un cucchiaino togliere accuratamente il tuorlo, dividere la massa e metterla in due ciotole. Mescolare con l'avocado, rispettivamente con il tonno. Aggiungere il resto degli ingredienti, mescolare bene e aggiustare di sale e pepe. Riempire le mezze uova con un cucchiaino e decorare.

Partecipate e vincete:

L'asciuga ombrelli perfetto per la ristorazione

Dite addio agli ombrelli bagnati nel vostro locale: l'asciuga ombrelli iBags della Alpdreams Distributions è perfetto per la ristorazione. Partecipate anche voi per vincerne uno!

Fuori piove e i clienti entrano nel locale con i loro ombrelli grondanti d'acqua: in un attimo l'umidità rende l'atmosfera meno accogliente. Ma l'asciuga ombrelli iBags accorre subito in vostro aiuto: basta chiudere l'ombrello bagnato e inserirlo nell'apposita apertura rotonda di iBags spingendolo verso il basso. Dopo pochi secondi uscirà avvolto da un involucro di plastica, rendendo superfluo anche l'uso di un portaombrelli. Questa

scoperta asiatica funziona senza elettricità e gli involucri di plastica possono essere riutilizzati.

L'iBags, della Alpdreams Distributions di Bulle, è disponibile in due dimensioni: singolo, dal costo di 599 CHF, e doppio (cioè per due ombrelli), a 999 CHF.

In palio un iBags

SETE mette in palio un iBags singolo messo a disposizione dalla Alpdreams Distributions. Per parteci-

pare scrivete un'e-mail a durst@fgg.ch con la parola chiave «asciuga ombrelli» e i vostri recapiti. Buona fortuna!



A sinistra: l'asciuga ombrelli singolo. - A destra: l'asciuga ombrelli doppio.

Un classico fruttato

Naturalmente leggera: la nuova Rivella Verde

Rivella Verde riprende quota questo febbraio: è previsto infatti il nuovo lancio della popolare bevanda con estratto di tè verde. Pur rimanendo fedele al suo gusto tipico, Rivella Verde presenta una nuova ricetta leggera e rinfrescante che, con il 100% di ingredienti naturali, soddisfa le principali tendenze di consumo. Anche la bottiglia di Rivella Verde ha cambiato look e stuzzicherà sicuramente la curiosità dei vostri clienti. In febbraio prenderà il via un'importante campagna pubblicitaria, comprendente anche un interessante spot televisivo.

Ordinabile da subito

Il vostro fidato partner per le bevande Feldschlösschen mette a vostra disposizione fin da subito la nuova e ancor più rinfrescante Rivella Verde nelle comode bottiglie in vetro riutilizzabili da 33 cl, ideali per la ristorazione, e nelle bottiglie in PET da 50 cl e da 150 cl.

Ordinare subito!

1.22 CHF

la bottiglia

Rivella Verde
 Art. 10336
 24x33 cl VR vetro

www.myfeldschloessen.ch





**CHE SIA GIN TONIC, GIN
FIZZ O SINGAPORE SLING:
IL GIN CHE DÀ LA SCOSSA
AL VOSTRO LOCALE.**



Grandi bottiglie a un piccolo prezzo. Scoprite le
pratiche bottiglie da 100 cl della House Selection Spirits.

ORDINATE & APPROFITATE
www.myfeldschloesschen.ch 0848 805 010



**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



LA BEVANDA DEL MESE

Il Limbo manda in estasi

Questo mese lasciatevi ispirare da San Valentino inserendo in menù un cocktail del colore dell'amore. Il «Limbo» farà sicuramente sognare i giovani innamorati, ma, come si deduce dal nome, questo drink manderà in estasi anche gli altri clienti.

Frutta rinfrescante

Fragole, sciroppo di fragole e cocco e succo d'ananas conferiscono a questo drink un dolce gusto fruttato. Anche il rum «Santa Cruz» della nostra «House Selection Spirits» è caratterizzato da note lievemente dolci. Schweppes Tonic completa il cocktail con un gusto amarognolo e rinfrescante.

Ingredienti

- 3 cl di rum Santa Cruz (bianco)
- 8 cl di Schweppes Indian Tonic
- 6 cl di succo d'ananas
- 2 cl di sciroppo di cocco
- 1 cl di sciroppo di fragola
- fragole
- cubetti di ghiaccio

Preparazione

Passare le fragole fresche al mixer fino a farle diventare una crema. Inserirla nello shaker insieme ai cubetti di ghiaccio e a tutti gli ingredienti liquidi tranne la Schweppes Tonic, quindi agitare con forza. Versare il composto in un bicchiere da long drink e aggiungere Schweppes Tonic ghiacciata a piacere.



Ordinare subito!

18.90 CHF

la bottiglia

Ron Santa Cruz Silver Dry
White Rum 38%
Art. 12027
6x100 cl VP cartone

www.myfeldschloesschen.ch

L'Hotel St. Joseph ha vinto il concorso SETE

Grande entusiasmo per la Nescafé Milano 2.0

Hanno partecipato al concorso SETE e ora festeggiano insieme la vittoria, che semplificherà il lavoro della loro caffetteria: Mathilde ed Eduard Spagni, del Naturpark-Hotel St. Joseph di Gänsbrunnen, hanno vinto una Nescafé Milano 2.0 per un anno.

Il valore del premio messo a disposizione da Nestlé ammonta a 3500 CHF.

«La macchina del futuro»

«La Nescafé Milano 2.0 è la macchina del futuro. Grazie al semplice menù a cui è possibile

accedere tramite touchscreen, i ristoratori possono soddisfare i desideri di tutti i clienti e integrare l'offerta della loro caffetteria con bevande di tendenza», dichiara Alexander Scharf, Head of Beverage Nestlé, che spiega a Mathilde Spagni la funzione blending: «Consente di creare la miscela di caffè perfetta ed è un nuovo marchio distintivo per il locale.» Inoltre, la Nescafé Milano 2.0 invia tutti i dati al PC, «così potrete monitorare la vostra caffetteria comodamente dall'ufficio.»

sicuramente più semplice.» La ristoratrice che è cliente Feldschlösschen, ma alla quale piace anche il caffè, è felice di «poter provare qualcosa di nuovo» con la Nescafé Milano 2.0.

www.nescafe-solutions.ch



La cliente Feldschlösschen Mathilde Spagni con il Sales Manager Yves Branchi (SX) e Alexander Scharf, Head of Beverage Nestlé.

La rapidità in primis

Poco dopo l'installazione effettuata dal tecnico Nestlé, Mathilde Spagni è già entusiasta della Nescafé Milano 2.0: «È molto più veloce della vecchia macchina. Nelle ore di punta, quando tutti hanno fretta di ricevere il loro caffè, il nostro lavoro sarà



Novità: naturalmente leggera



new

- ✓ Con ingredienti di origine naturale
- ✓ Senza dolcificanti artificiali
- ✓ Con estratti di tè verde

www.rivella-verde.ch

naturalmente leggera
CON ESTRATTI DI TÈ VERDE

St. Patrick's Day

Regna il verde – si avvicina il momento clou per i pub

Il 17 marzo è alle porte: gli amanti dell'Irlanda di tutto il mondo brinderanno con una Guinness alla salute del patrono dell'isola. Il St. Patrick's Day, quest'anno, cadrà di martedì. L'ideale dunque per realizzare delle enormi vendite infrasettimanali nel vostro esercizio.

Oltre 1500 anni fa, San Patrizio spiegò ai pagani irlandesi il concetto della santa trinità, ricorrendo a una foglia di trifoglio. Oggi, il trifoglio è il simbolo nazionale irlandese, mentre San Patrizio è divenuto il santo patrono d'Irlanda. Il giorno della sua morte è la festa nazionale irlandese.

Il mondo in verde

Questo giorno non è speciale solo in Irlanda: infatti, il St. Patrick's Day si festeggia in tutto il mondo. Per quanto il retroterra storico sia ignoto ai più, il 17 marzo ha un'importan-

za sempre crescente anche in Svizzera, al punto che, lo scorso anno, sono state addirittura colorate di verde le cascate del Reno.

Buonumore garantito

Il verde è il colore dominante, all'insegna del quale gli affezionati di tutto il mondo si recano al pub per bere una Guinness

con gli amici, alla salute del patrono d'Irlanda. Il buonumore è garantito!

Kit di visibilità per i punti vendita

La birra irlandese Guinness è LA bevanda del St. Patrick's Day. Per i pub irlandesi la festa nazionale è di gran lunga il principale evento dell'anno, nel quale si registrano le maggiori vendi-

te di birra. Nel 2015 il 17 marzo cadrà di martedì – una grande occasione per i ristoratori per realizzare vendite infrasettimanali enormi.

Guinness mette a disposizione degli utili kit di visibilità. Rivolgetevi subito al vostro Sales Manager, dato che, come dicono gli irlandesi, «The early bird gets the worm»!



Il St. Patrick's Day è ormai un'istituzione anche in Svizzera: lo scorso anno, in onore dell'Irlanda, sono state addirittura colorate di verde le cascate del Reno.



Cogliete l'occasione

Nel St. Patrick's Day i pub sono stracolmi, gli ospiti sono allegri e la birra scorre a fiumi. Cogliete dunque l'occasione per volgere a vostro vantaggio la festa nazionale irlandese:

- Introdurrete una vostra promozione.
- Tessere-birra o campioni-omaggio possono stimolare ulteriormente le vendite.
- Organizzate della musica dal vivo. Anche i «pub game» sono sempre più popolari.

Il vostro Sales Manager sarà al vostro fianco.

Ristorante, Café, Bar Goldauerhof a Goldau

I clienti chiedono: «Avete un'altra birra»

Otto birre alla spina, sbalorditivo per un piccolo locale di campagna: a Goldau, Laszlo Godo e Silvi Kunz applicano con successo dalla scorsa primavera la loro strategia multimarca. E gli abitanti di Goldau apprezzano.

Grimbergen, Hoegaarden, Schneider Weisse, Magners, Guinness, Kilkenny, Gurten e Bodingtons alla spina, così come Cardinal Brunette, Feldschlösschen Bügel, tre Schneider Weisse diverse e altre birre in bottiglia: al «Goldauerhof», i clienti hanno la più grande scelta di birre di Goldau e dintorni.

Una strategia multimarca

Ma non è sempre stato così: fino alla primavera scorsa, la Cardinal era l'unica birra alla spina offerta. Poi Laszlo Godo ha rilevato l'esercizio insieme alla sua partner Silvi Kunz. «Già quando gestivo un locale a Küssnacht, ho applicato con successo una strategia multimarca», racconta questo soddisfatto cliente di vecchia data di Feldschlösschen.

Tutta Goldau è soddisfatta

Laszlo Godo è convinto che «una vasta gamma di birre è ottima per le vendite». Tuttavia, all'inizio non sapeva se gli abitanti di Goldau avrebbero accolto positivamente il suo progetto. «Non sono nel paese, e offrire così tante birre comporta dei rischi», racconta. La risposta degli abitanti è stata fin da subito calorosa.

Regolarmente una nuova birra

Una delle otto birre alla spina viene regolarmente sostituita da Laszlo Godo e Silvi Kunz. «Ci sono clienti che spesso entrano e chie-

dono: «Avete un'altra birra nuova?», racconta il ristorante. Questa è la prova che la strategia multimarca va a gonfie vele nella rurale Goldau!

Una questione di comfort

«Devi fare quello che ti piace», dichiara Laszlo Godo, che ama associare una grande scelta di birre al comfort. «Quando entro in un locale e vedo solo una spina mi sento a disagio. Non voglio portare le stesse scarpe che portano gli altri.» Ecco perché offre più birre, un fatto sbalorditivo per un paese come Goldau. «Molta gente apprezza questa scelta. In campagna siamo diventati più aperti verso il resto del mondo.»

I criteri di scelta delle birre
Laszlo Godo spiega perché ha scelto queste birre:

- «**La Gurten** è un'esclusiva per la nostra regione. Forse anche perché la mia partner è di Berna, questa birra al luppolo è perfetta per il nostro locale.»
 - «**La Guinness** è una marca forte e irrinunciabile. Abbiamo anche un Guinness Club molto apprezzato.»
 - «**La Hoegaarden** è ottima perché è più leggera delle birre weizen di Monaco.»
- La piccola birreria all'aperto



Silvi Kunz e Laszlo Godo brindano con una Grimbergen e una Hoegaarden.

è interamente dedicata alla Schneider Weisse. «Questa birra e la sua cultura», dichiara Laszlo Godo, «sono perfette per noi.»

I mesi degli slogan con la birra

Al «Goldauerhof» le birre accompagnano anche i pasti. Durante i mesi degli slogan, vengono proposte delle combinazioni speciali. Silvi Kunz: «Quando lo slogan è Magnum P.I., serviamo una Brooklyn Lager con un hot dog con i crauti.» Secondo la ristoratrice, una carta della birra e delle birre stagionali curata rientra nella cul-

tura della birra. «Offriremo presto una birra primaverile Feldschlösschen», aggiunge Laszlo Godo.

Musica live e DJ

Che vengono solo per bere una birra, guardare una partita di calcio sullo schermo gigante oppure per festeggiare il weekend per una festa con musica live o un DJ: giovani e vecchi, tutti i clienti del «Goldauerhof» apprezzano la vasta gamma di birre. Come per il gestore, la molteplicità delle birre è «un comfort».

www.goldauerhof.ch



La carta delle birre del «Goldauerhof», curata nei minimi dettagli.



Le otto birre alla spina del «Goldauerhof».

Hotel Schweizerhof di Sils-Maria

Grazie alla Grimbergen Blonde i fondisti bevono di più

Da quest'inverno, l'Hotel Schweizerhof di Sils-Maria è cliente Feldschlösschen. «Abbiamo ampliato il nostro assortimento di birre e, già nelle prime settimane, abbiamo avuto riscontri positivi», dichiara l'albergatore Nico Röthlisberger.

Come i suoi tre hotel partner, il Victoria-Lauberhorn di Wengen, il Valaisia di Crans-Montana e l'Altein di Arosa, anche lo «Schweizerhof» di Sils-Maria, in Engadina, ha deciso di avvalersi della collaborazione di Feldschlösschen a partire dalla corrente stagione invernale. Nico Röthlisberger, che gestisce lo «Schweizerhof» con la moglie Katharina, dichiara: «Abbiamo parlato con diversi fornitori e abbiamo scelto Feldschlösschen per l'offerta interessante, i servizi completi e l'ampia gamma di prodotti.»

1664 e Grimbergen Blonde

I coniugi Röthlisberger hanno approfittato di questo passaggio per ampliare il loro limitato assortimento di birre:

- **Nell'accogliente Arvenstube,** Nico Röthlisberger offre ai clienti la Feldschlösschen Original e la birra francese premium 1664. «Qui si trova il ristorante à la carte e, dopo una giornata sugli sci, i clienti amano giocare a jass», racconta il ristoratore. Ecco perché ha scelto la 1664, una «birra lager ben tollerabile». Nico Röthlisberger elogia «gli splendidi ed eleganti bicchieri della 1664» e rivela che i clienti che ordinano «una birra piccola» sono particolarmente attratti dalla 1664. «A molti piace provare la nuova birra e scoprono di apprezzarla.»

- **Anche nel dancing «Bella Festa»** i Röthlisberger hanno fatto installare una spina doppia. «Qui organizziamo spettacoli di musica live e si balla tanto», racconta Nico Röthlisberger. «Ecco perché, oltre alla

Feldschlösschen Original, volevamo qualcosa di esclusivo. Abbiamo così optato per una birra ricca d'abbazia, la belga Grimbergen Blonde.» Questa birra, servita «in uno splendido calice» viene gustata soprattutto dopo cena. «È molto apprezzata», aggiunge Nico Röthlisberger. «Dopo pochi giorni che la proponevamo, un intero gruppo di fondisti ha scoperto e gradito questa specialità.»

Più birra e più entrate

I coniugi Röthlisberger sono stati supportati dal Sales Manager Feldschlösschen Remo Flütsch nella scelta delle birre. «Ci ha fatto delle proposte interessanti», racconta Nico Röthlisberger. «Insieme abbiamo scelto un assortimento interessante per i clienti. Il nostro obiettivo è vendere più birre e, quindi, guadagnare di più», spiega Remo Flütsch. Già dopo poche settimane gli introiti erano visibilmente aumentati! Nico Röthlisberger aggiunge: «L'ampliamento della scelta di birre ci ha aiutato ad aumentare il fatturato.»

www.hotel-schweizerhof-sils.ch



«Grazie all'ampia scelta di birre abbiamo aumentato il fatturato.»

Katharina e Nico Röthlisberger, Hotel Schweizerhof, Sils-Maria.



La Grimbergen Blonde e la 1664 hanno già numerosi fan allo «Schweizerhof».



L'Hotel Schweizerhof di Sils-Maria

Segue

nuova?»



«Una vasta gamma di birre è ottima per le vendite.»

Laszlo Godo, Goldauerhof, Goldau



LA BROWN ALE DI CARDINAL DALLA SVIZZERA ROMANDA

IL FRUTTO DI UN'AMICIZIA - IL PRODOTTO DI UNA PASSIONE



**ORDINARE
ORA!**

myfeldschloessen.ch

Ristorante Bonap a Signy

«L'ampliamento della gamma di birre è un grande successo»

Il cliente Feldschlösschen Dzezmin Bilali ha sfruttato la ristrutturazione del suo locale per ampliare la gamma di birre. Il gestore del Ristorante Bonap di Signy si è avvalso per questo dell'aiuto profes-

nale del suo fornitore di bevande, Feldschlösschen. Dzezmin Bilali ha capito subito che «i clienti apprezzano l'ampia gamma di birre e anch'io posso trarne dei benefici.»

Dzezmin Bilali guarda le numerose bibite sul bancone del bar davanti alle tre spine. «Wow, il nostro assortimento di birre e di altre bevande Feldschlösschen è già così ampio!», esclama il gestore del Bonap, a Signy, nel Cantone Vaud, alla Sales Manager Assunta Charbonney. Di recente, l'ex Brasserie du Centre nel centro commerciale di Signy è stata ristrutturata e ammodernata. «In passato vendevamo solo la 1664 alla spina, lo facevamo già da 17 anni e con successo», racconta Dzezmin Bilali.

Trasformazione e ampliamento

Il ristoratore ha deciso di sfruttare la ristrutturazione per ampliare la gamma di birre. Dzezmin Bilali, che gestisce il ristorante e il relativo take-away con il padre Kalos, ha potuto contare sulla lunga esperienza di Feldschlösschen per scegliere le nuove birre: «Assunta Charbonney ci ha perfettamente sostenuti nella scelta della nostra nuova offerta di bevande», racconta Dzezmin Bilali.

Quale clientela?

Per la Sales Manager Assunta Charbonney si poneva la questione di sapere quale tipo di clienti frequentasse il «Bonap»: i clienti del centro commerciale? Gente che sceglie espressamente questo ristorante, conosciuto per la sua cucina curata? «È stato subito chiaro che la scelta delle birre doveva tener conto di entrambe le categorie», afferma. Bisognava anche prendere in considerazione l'ar-



Una squadra vincente: il ristoratore Dzezmin Bilali e la Sales Manager Feldschlösschen Assunta Charbonney.

redamento interno ammodernato e, quindi, includere delle birre speciali nella gamma.

Promozioni e carta delle birre

Dzezmin Bilali: «Di giorno, la 1664 è molto gettonata, ma la sera l'ampia offerta va alla grande.» La decisione di ampliare la gamma con altre due birre alla spina, Grimbergen Blanche e Grimbergen Rouge, e le birre in bottiglia Brooklyn Lager, Feldschlösschen Bügel, Feld-

«Feldschlösschen ci ha perfettamente sostenuti nell'ampliamento dell'offerta.»

Dzezmin Bilali, «Bonap», Signy

schlösschen Senz'alcol e Cardinal Brunette ha riscosso un grande successo. Dzezmin Bilali: «La grande esperienza e la professionalità di Feldschlösschen mi hanno molto aiutato. I clienti amano provare birre nuove e

apprezzano la vasta gamma.» Anche le promozioni di Feldschlösschen e la carta personalizzata delle birre contribuiscono molto al successo.

Scambio di impressioni

Per Dzezmin Bilali, il processo di ampliamento dell'offerta non è ancora terminato: «Insieme ad Assunta Charbonney osserviamo attentamente le preferenze dei nostri clienti. Questo significa che potremmo togliere una birra dalla gamma per sostituirla con un'altra.»

Per la Sales Manager Assunta Charbonney, lo scambio di impressioni è importante: «Solo così potremo scoprire quali prodotti sono più graditi ai nostri clienti.»



Segue

FESTECCIATE CON CARLSBERG IN MONTAGNA!

APPROFITTA-
TENE
SUBITO!

ORDINATE IL KIT
E FATE VINCERE
I CLIENTI



AROSA ELECTRONICA

15. - 22. Marzo
MANDY, ANIMAL TRAINER,
KAROTTE, ...

VERBIER HIGH FIVE
BY Carlsberg

11. Aprile
REMARY & MANU-L

Apprezzare in
modo responsabile.



Carlsberg

Probably the best beer in the world

Gusti freschi e moderni dalle valli Rauch.

RAUCH
seit 1919

Promozione
nell'HT-Flash
marzo 2015

L'esclusiva per i vostri ospiti:
Specialità esotiche da gustare pronte
o in cocktail.

Tante fantastiche ricette su:
answers.rauch.cc o rauch.cc

Rauch. Frutta, Famiglia & natura. Dal 1919.





Allo Ski Lodge Engelberg la soddisfazione dei clienti è al primo posto. E questo comprende anche un'ampia scelta di birre.

Ski Lodge Engelberg

«Ai nostri clienti piace provare sempre nuove birre»

Camere accoglienti, ottimo cibo e una nuova terrazza per l'après-ski all'aria aperta: allo «Ski Lodge Engelberg» ci si adopera per fare sentire i clienti a loro agio. E il CEO Niklas Danielson spiega perché valga la pena offrire loro un'ampia scelta di birre.

Con lo «Ski Lodge» due svedesi hanno realizzato il sogno di gestire il proprio hotel a Engelberg. I due colleghi, Eric e Niklas, fanno di tutto per soddisfare i loro clienti. Ecco perché, per la stagione invernale in corso, hanno rimesso a nuovo la terrazza: «Grandi ombrelloni, riscaldamento e tanta luce, per un après-ski decisamente fuori dal comune», afferma Niklas Danielson.

Un ricco assortimento di birre

Anche la carta delle birre è stata rinnovata. Ora, oltre a Feldschlösschen Amber, Carlsberg e Franziskaner Weissbier, viene proposta anche una quarta birra alla spina, adatta alla



«Da noi la birra è di gran lunga la bevanda principale.»

Niklas Danielson, Ski Lodge Engelberg

stagione. «Da noi la birra è di gran lunga la bevanda principale», dichiara Niklas Danielson. «Vogliamo che i nostri clienti



possano disporre di una scelta sempre ben nutrita.» L'offerta alla spina viene completata da Carlsberg, Brooklyn IPA e Feldschlösschen Bügel in bot-

tiglia. Questa nuova varietà è molto apprezzata, rivela Niklas Danielson: «I clienti sono sempre pronti a provare qualcosa di nuovo per il giro successivo.»

Christmas Tattoo con birra di Natale e tiro a sei

Anche **Feldschlösschen** in scena a Ba

Per la seconda volta, il Christmas Tattoo ha incantato gli spettatori durante il periodo prenatalizio. I 500 partecipanti e le loro 15 formazioni, i tre cori e tantissimi attori e comparse hanno presentato 70 canzoni e pezzi musicali alla St. Jakobshalle di Basilea.

Una delle star dello spettacolo è stato il cantante americano Walter Belcher, dall'estensione vocale di quattro ottave come la compianta Whitney Houston, che ha interpretato una bellissima «Purple Rain».

I clienti alla prima

Feldschlösschen, in qualità di fornitore, ha contribuito al successo del Christmas Tattoo 2014, anche grazie al tiro a sei, appositamente adornato per le festività, e alla birra di Natale, perfetta per l'evento: i clienti Feldschlösschen invitati alla prima del Christmas Tattoo hanno potuto gustarla durante lo spettacolo.



1



2



3



4



5

1 Il tiro a sei di Feldschlösschen è stato uno dei protagonisti dell'evento.

2 La birra natalizia di Feldschlösschen era perfetta per l'occasione.

3 I clienti internazionali gustano l'aperitivo Jingle Bells della Berchtold Catering.

4 Michael Spreiter (Sales Manager Feldschlösschen), Marcel Schroeder (Ristorante Elsbethenstübli) e Urs Zimmermann.

5 Erik Julliard (CEO & Produttore Basel Tattoo Productions), il tenente colonnello Nick Grace, il maggiore Matt Sheldrick, il maggiore Ian Wilson e il capitano (in pensione) Stuart Samson.

6 Anche le VIP hanno vissuto un'indimenticabile atmosfera natalizia al Christmas Tattoo.

asilea



I vincitori del concorso della newsletter sono felici di poter seguire dal vivo il concerto di Bryan Adams.

Newsletter Feldschlösschen

Bryan Adams entusiasma i vincitori

«Let's Make A Night To Remember»: il rocker canadese Bryan Adams (55 anni) ha mantenuto la promessa fatta nel titolo della sua canzone e ha entusiasmato i suoi numerosi fan all'Hallenstadion di Zurigo. Già prima dell'inizio del concerto, sei clienti avevano preso posto nella loggia

Feldschlösschen concedendosi un'ottima cena con vini selezionati. Hanno guadagnato biglietti VIP al concerto della nuova newsletter Feldschlösschen. Sarete interessati a ricevere la nostra newsletter? Si prega di inviare un mail a myfeldschloesschen@fgg.ch.



Nella loggia Feldschlösschen non manca nulla per deliziare il palato, mentre dal palco Bryan Adams (sopra a DX) intrattiene il pubblico con le sue hit.

LA MIA BIRRA PREFERITA

«Per cambiare, una Cardinal Brunette»

«Giochiamo a beach volley nei pressi del «Rock Café». Dopo la partita amiamo gustarci una birra piccola ghiacciata sulla terrazza. Il pub offre un'ampia scelta

di birre e oggi abbiamo scelto una **Cardinal Brunette**. Il suo sapore rinfrescante la rende un'ottima alternativa alle normali birre lager.»



Annette e Sylvie, clienti del Rock Café di Berna.

TRADIZIONE SVIZZERA IN BOTTIGLIA CON TAPPO MECCANICO



ORDINATELA
SUBITO!

NATURFRISCH
PIACEVOLMENTE TORBIDA

BÜGEL
LA LAGER DAL
CARATTERE DECISO



UN DRINK CON RAMONA IMPERIALE

«L'ampio assortimento di birre viene apprezzato e porta successo»



RAMONA IMPERIALE DELL'EISENBÄHNLI-PUB DI REICHENBURG (SX)
E STEFANIE GRUBER, SALES MANAGER FELDSCHLÖSSCHEN

Stefanie Gruber (Sales Manager), lo scorso ottobre hai rilevato il pub Eisenbähnli puntando subito su un'ampia scelta di birre. Raccontaci le tue prime impressioni.

Ramona Imperiale: Prima c'era solo una vecchissima spina di Carlsberg da cui veniva spillata la Cardinal. Ho fatto installare da Feldschlösschen un ottimo sistema di spillatura con quattro spine che mi consente così di offrire non solo la Cardinal, tanto amata in questa zona, ma anche la Feldschlösschen Original, la Guinness e birre di stagione come quella natalizia. Le mie prime impressioni sono dunque del tutto positive. Molti clienti hanno provato subito le nuove birre, scoprendo così di avere anche altre preferenze. Oltre alla Cardinal, anche la Guinness ha molto successo, anzi, molti nuovi clienti approdano all'«Eisenbähnli» proprio perché serviamo questa birra alla spina.

Perché hai scelto Feldschlösschen come partner per le bevande?

Perché avevo già lavorato in altri locali come dipendente e con Feldschlösschen mi ero trovata molto meglio che con gli altri fornitori. Con voi tutto fila sempre liscio e sostenete noi ristoratori in manie-

ra esemplare. Ad esempio tu mi hai molto aiutato nella scelta delle birre.

Abbiamo guardato insieme la mappa delle birre, ne hai provato alcune e io ti ho dato dei consigli, ma la scelta finale è stata tua.

Sì, certo, però senza la tua consulenza competente non avrei mai avuto il coraggio di proporre una scelta di birre così ampia all'«Eisenbähnli». In bottiglia abbiamo anche la Feldschlösschen Bügel, la Cardinal Draft, la Cardinal Spécial e la Schneider Weisse. La nostra clientela è ben



Stefanie Gruber (SX) e Ramona Imperiale.

assortita, spazia dai rocker ai bancari, e già dopo poche settimane ho potuto riscontrare che l'ampia scelta di birre viene apprezzata e ha contribuito al successo del mio pub. Dopotutto quasi i due terzi del nostro fatturato provengono dalla birra.

All'«Eisenbähnli» si può anche mangiare. Cosa bevono i clienti per accompagnare i tuoi piatti?

Proponiamo pietanze semplici: carne su pietra calda, patatine fritte, pizza e snack. La maggior parte dei clienti ordina una birra. E io sono convinta che convenga partecipare alle numerose promozioni proposte da Feldschlösschen. Ai clienti piace cambiare e ordinano volentieri anche le birre stagionali. Quello che più mi rallegra è che diversi clienti che non frequentavano più il pub Eisenbähnli ora tornano e sono soddisfatti.

Tu e il tuo team offrite ai clienti anche qualcosa di unico.

Vogliamo che nel pub regni un'atmosfera familiare. E vogliamo anche essere innovativi, non solo per quanto riguarda la birra. E così, ogni ultimo venerdì del mese, organizziamo una festa con musica dal vivo, dove naturalmente scorrono fiumi di birra!

EISENBÄHNLI-PUB, REICHENBURG

Lo scorso ottobre, Ramona Imperiale ha rilevato il pub Eisenbähnli di Reichenburg, nel canton Svitto. Lavora da tempo come ristoratrice e prima era anch'essa una cliente dell'«Eisenbähnli». Ora che lo gestisce ha deciso fin da subito, con successo, di puntare su un'ampia scelta di birre.

WUIN BBBO IN SNOW

**ZWEIFEL PROLUNGA LA
STAGIONE DELLE GRIGLIATE!**

**Partecipate e vincete fantastici
premi per un valore
complessivo di CHF 35'000.-**



Per partecipare gratuitamente e per maggiori informazioni: www.zweifel.ch

Chips eccelse, perché diamo il massimo.



**ESPERTI
IN CHIPS**

Tutte le informazioni sulle confezioni di chips Zweifel,
www.zweifel.ch o www.zweifel.ch/facebook

zweifel.ch/gastro

Concorso – in palio:

Cinque set invernali Carlsberg

Avete letto con attenzione questo numero di SETE? Se sì, il quiz sarà un gioco da ragazzi. Le sei lettere corrispondenti alle risposte corrette forniranno la soluzione.

1. In quale città americana viene prodotta la birra Brooklyn?

- W** New York
- S** Los Angeles
- G** Boston

2. Come si chiama il viaggio del gusto per coppie dell'Hotel Eden im Park?

- A** Paradiso e inferno
- E** Fuoco e fiamme
- T** Amore e Psiche

3. Quale drink ha il colore dell'amore e manda in estasi?

- I** Limbo
- N** Himbo
- O** Bimbo

4. Come si chiama la festa nazionale irlandese festeggiata in tutto il mondo con la Guinness?

- L** Sant'Alfredo
- Z** San Patrizio
- D** San Martino

5. Cosa attira nuovi clienti nell'Eisenbahnli-Pub della ristoratrice Romana Imperiale?

- U** L'ingresso gratuito
- E** L'ampia scelta di birre
- A** I piatti da asporto

6. Come si chiama la prima bibita del mondo addizionata di anidride carbonica inventata nel 1783?

- N** Schweppes
- O** Coca-Cola
- T** Fanta

La soluzione è:

--	--	--	--	--	--

Per partecipare

Inviare la soluzione e i vostri dati via fax allo **058 123 42 80** o via e-mail a **durst@fgg.ch**. Con un pizzico di fortuna potrete vincere cinque set invernali Carlsberg.

Termine ultimo di spedizione:
10 febbraio 2015



Borsone sportivo, berretto, gilet e occhiali da sole: il set invernale di Carlsberg.

Con Carlsberg l'inverno si affronta meglio

Carlsberg è strettamente collegata alla vita notturna svizzera e anche negli après-ski fa la parte del leone. Ma con Carlsberg potrete fare un figurone

anche prima dell'après-ski: risolvete il quiz di questa pagina e, con un pizzico di fortuna, potrete vincere cinque set invernali Carlsberg. L'attrezzatura inver-

nale comprende un borsone sportivo, un berretto, un gilet e un paio di stilosi occhiali da sole. Con Carlsberg, l'inverno si affronta meglio. Buona fortuna!

I vincitori del concorso di SETE, edizione di dicembre 2014

Gerda Saam (Seltisberg), **Josiane Lesage Vonnard** (Losanna), **Freddy Egartner** (Klosters Dorf), **Ruedi Wunderli** (Rouss Getränke GmbH, Pfäffikon SZ), **Yvonne Bernhardsgrütter** (Vilters), **Cornelia Dali** (Uerkheim), **Christine Grau** (Basilea), **Fredy Pletscher** (Pletscher Getränke, Steckborn), **Anna-Marie Fischer** (Pfungen) e **Gaby Mariniello** (Hotel Stadthof, Bremgarten) si sono aggiudicati ognuno due biglietti per il Christmas Tattoo. Complimenti.



Sete incolmabile?

Desidera ...

- migliorare la gestione e aumentare il fatturato?
- acquistare comodamente online in qualsiasi momento?
- eseguire analisi dell'assortimento?
- materiale pubblicitario personalizzato con il Suo logo?
- statistiche informative che garantiscono la massima trasparenza?
- addestramento personale con un sommelier di birre?
- avere tutto questo insieme e molto altro ancora?

Se è così visiti subito la
rivoluzionaria piattaforma online
che unisce tutti questi servizi:
[www.myfeldschloesschen.ch!](http://www.myfeldschloesschen.ch)

CHLÖSSCHEN

Si registri subito e approfitti!



My FELDSCHLOESSCHEN.ch

Sete incolmabile



Disporre di un'ampia scelta di birre alla spina locali ed estere garantisce fatturati maggiori, e non solo nei pub.

Il fatturato cresce se la scelta è ampia

Su myfeldschloesschen.ch potrete ottimizzare il vostro assortimento di birra

Sono tanti i clienti Feldschlösschen che confermano che un'ampia scelta di birre consente di aumentare il fatturato e attirare più clienti nel locale. Su myfeldschloesschen.ch potrete ottimizzare il vostro assortimento comodamente dall'ufficio e massimizzare così il profitto.

«Da quando abbiamo anche la Guinness alla spina, vengono più clienti», racconta Ramona Imperiale dell'Eisenbähnli-Pub di Reichenburg, a pagina 19 di questo numero di SETE. La scelta più ampia è stata molto lodata e ha spinto i clienti a provare più spesso una nuova birra. Ramona Imperiale è soddisfatta, perché con birre speciali come la Guinness si può guadagnare fino al 50% in più a bicchiere.

Strumenti interessanti

Volete anche voi ottimizzare il vostro assortimento e massimizzare il fatturato? Visitate l'area «Migliori economie» di myfeldschloesschen.ch, dove



Holen Sie alles aus Ihrem Sortiment raus.

Ottimizzazione dell'assortimento su myfeldschloesschen.ch

avrete a disposizione questi strumenti:

■ **Controllo assortimento:** per verificare rapidamente il vostro assortimento e individuare il potenziale possibile in pochi secondi.

■ **Assortimento consigliato:** per confrontare i nostri consigli per l'assortimento del vostro locale con la

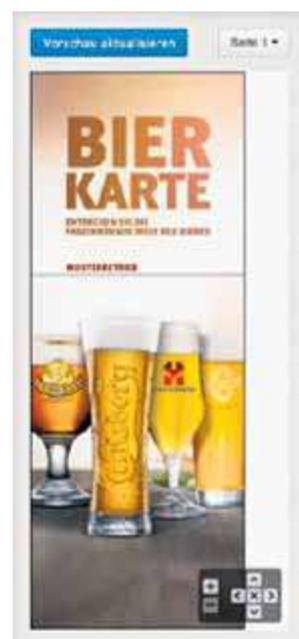
vostra gamma attuale e sfruttare così ulteriormente il vostro potenziale.

■ **Confronto fra i prodotti:** una volta identificato l'ottimizzazione ideale per il vostro assortimento, da qui potrete confrontare i prodotti.

■ **Massimizzare il fatturato:** sfruttate al massimo il vostro assortimento ottimizzato! Proponete ad esempio delle promozioni od ottimizzate l'uso degli strumenti pubblicitari nel vostro locale, magari creando, con un minimo sforzo, una carta delle birre personalizzata per il vostro esercizio.



Con un'ampia scelta i clienti sono più motivati a provare una nuova birra.



Create la vostra carta delle birre personalizzata.

My FELDSCHESSCHEN.ch

*Pour une
St. Valentin
pétillante.*

Commander maintenant!



Swiss Nightlife Award

«La piattaforma ideale Carlsberg e il nuovo slogan»

Il 7 febbraio si terrà a Zurigo la quinta edizione della premiazione dei migliori protagonisti della vita notturna svizzera. Carlsberg sarà il Presenting Partner degli Swiss Nightlife Award. Lukas Porro, Head of Sponsoring & VIP Events da Feldschlösschen, ci parlerà della proroga del contratto con l'organizzatore, delle novità e dei vantaggi per la ristorazione.

Perché Carlsberg ha prolungato per quattro anni il contratto come Presenting Partner?

Perché gli Swiss Nightlife Award riuniscono tutti i protagonisti della vita notturna svizzera, e il brand Carlsberg ne rappresenta il baluardo. La presenza di Carlsberg a questo evento di punta ci offre la piattaforma ideale per far vivere il marchio in un ambiente che gli è affine ed ottenere ulteriore credibilità. Carlsberg partecipa fin dal conferimento dei primi premi e ha aiutato l'orga-

nizzatore a sviluppare ulteriormente l'evento.

Quali sono i vantaggi di questa sponsorizzazione per i clienti della ristorazione?

Ognuno dei nostri clienti attivi nel campo della ristorazione notturna e affini potrà iscriversi all'evento e, con un po' di fortuna, partecipare alla comunicazione e beneficiare di maggiore visibilità. Ma anche coloro che non parteciperanno avranno dei benefici, perché l'evento accrescerà la credibilità di Carlsberg come marchio legato alla vita notturna e,

«Probably the best after party in the world.»

di conseguenza, anche le consumazioni aumenteranno. E, non per ultimo, il nuovo slogan farà il resto.

Qual è questo nuovo slogan?

Si tratta di «Probably the best beer in the world». Utilizzeremo gli Swiss Nightlife Award per darne un primo assaggio. E poi vedremo come realizzeremo quest'idea in futuro.

Questo ci incuriosisce.

Venite il 7 febbraio al «Komplex457» e lasciatevi sorprendere! Posso solo svelarvi che al centro di tutto sta



L'anno scorso, Lukas Porro ha ricevuto il premio per Paul Kalkbrenner a nome dello Zürich Openair.

il principio del servizio e che anche le comparse giocheranno un ruolo importante.

Quali sono le altre novità della partecipazione di Carlsberg al Swiss Nightlife Award?

Quando le porte del «Komplex457» si apriranno al pubblico alle 23, ci sarà per

la prima volta un after party esclusivo di Carlsberg, probably the best after party in the world. Inoltre, abbiamo consolidato la nostra strategia comunicativa offrendo a tutti i candidati degli Swiss Nightlife Award una bottiglia di Carlsberg da tre litri come congratulazione.

www.swissnightlifeaward.com



Carlsberg è una presenza importante e costante allo Swiss Nightlife Award.



Il gufo è l'ambito premio dello Swiss Nightlife Award.

Swiss Nightlife Award 2015

Il 7 febbraio, presso il «Komplex457» di Zurigo, si terrà la quinta edizione dei rinomati Swiss Nightlife Award, nelle seguenti categorie:

- **Events:** Best Event Serie, Best Event, Best Big Event
- **DJs:** Best Open Format DJ, Best House DJ, Best Electronica DJ
- **Locations:** The Most Original Nightlife Bar, Best Club, Best Big Club
- **Special Awards:** Best Festival, Best New Location, Lifetime Award



VINCERE DI PIÙ!



Ordinate via Telesales 0848 80 50 10 oppure presso www.myfeldschloessen.ch

easy
WINE

Hotel Swiss Star di Wetzikon

Oltre a essere «Top of Wetzikon» l'hotel ha ora anche un salone

Reto Wüthrich è cresciuto in una famiglia di ristoratori zurighesi – accompagnato, a suo dire, dalla birra zurighe- se Hürlimann. Da poco ha ri-levato la gestione dell'hotel Swiss Star di Wetzikon, inau- gurato nell'agosto 2012, con il quale riscuote già i primi successi.

Inaugurazione del salone in febbraio

Le specialità culinarie ven- gono servite nel ristorante grill Panorama, al 6° piano, premiato con 14 punti Gault Millau. Il locale è quindi «Top of Wetzikon», come dichia- rato anche nel logo.

L'hotel quattro stelle vanta anche la classificazione di «hotel per seminari». Le stanze per seminari, otti- mamente dotate, sono spesso prenotate. Ciò che è mancato finora è un grande salone multifunzionale, che verrà inaugurato in febbraio direttamente accanto al-

l'hotel. Reto Wüthrich: «Il sa- lone, con i tavoli rotondi, è in grado di ospitare 256 per- sone, che diventano 530 in occasione dei concerti.»

Lodi per Feldschlösschen

Reto Wüthrich è felice di poter deliziare anche i clienti nel salone con le bevande di Feldschlösschen. «Sono un cliente soddisfatto da anni», dichiara, lodando «la consu- lenza sempre esemplare» di Feldschlösschen.

www.hotel-swiss-star.ch



«Top of Wetzikon»: Reto Wüthrich nel ristorante grill al 6° piano.



Reto Wüthrich durante i lavori nel nuovo salone.



Il nuovo salone: grande, festoso ed equipaggiato al meglio.



L'Ange Bar di Colombe Geiser offre un'ampia scelta di birre.

L'Ange Bar di Alle

Colombe Geiser, fedele cliente da 30 anni

Da ben 30 anni, Colombe Geiser è lieta di essere cliente Feld- schlösschen. L'attuale proprietaria dell'Ange Bar di Alle, nel Canton Giu- ra, ha già gestito cinque esercizi, e si è sempre affidata alla collabora- zione con Feldschlösschen.

Anche dopo più di tre decenni, Colombe Geiser è soddisfatta del servizio di consulenza offerto: «Feldschlösschen è sempre atten- ta alla qualità, sotto ogni aspetto», dichiara. La collaborazione con Feldschlösschen le dà «un senso

di sicurezza, perché so che c'è sem- pre qualcuno a cui fare riferimento in caso di problemi.» Con tanti collaboratori di Feldschlösschen è nata anche negli anni «una bella amicizia».

Grazie per la fiducia

Desideriamo ringraziare Colombe Geiser per la lunga e costruttiva collaborazione e le auguriamo an- cora innumerevoli successi e sod- disfazioni per il suo lavoro.

SWISS PREMIUM SELECTION



NUOVO PER
LA GASTRONOMIA
RAFFINATA
E SETTORE
ALBERGHIERO.

**ORDINARE
ORA!**

myfeldschloesschen.ch

SIMPATICA. CONVENIENTE. AUTENTICA.
WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Schweppes

La consueta qualità e un nuovo design

La ricca storia di Schweppes è costellata da una costante: la qualità superiore. E ora le nuove bottiglie in vetro confermano questa eccellenza: con i variopinti tappi a corona, avrete sempre a portata di mano la bevanda rinfrescante più adatta ai vostri clienti.



Nel 1783, il gioielliere tedesco Jacob Schuppe riuscì dove tanti prima di lui avevano fallito: la produzione su larga scala di acqua minerale addizionata di anidride carbonica. Jacob Schuppe aveva così gettato le basi per l'industria delle bibite.

Ben presto sulla bocca di tutti

Già 50 anni dopo, la soda godeva di ampi consensi,

perfino in Inghilterra, dove la regina, nel 1831, dichiarò Schweppes fornitrice di corte reale. L'impresa poteva perfino farsi pubblicità con lo stemma regale.

Mezzi pubblicitari di spicco

Successivamente, Schweppes continuava a sorprendere con idee promozionali uniche e mezzi pubblicitari di spicco, fregiandosi, di recente, della collaborazione di star hollywoodiane del

Nei cocktail o come bibita, Schweppes è sinonimo di gusto adulto e qualità premium.

calibro di Nicole Kidman e Uma Thurman.

Nel 1851, grazie ad abili operazioni di marketing,

Schweppes divenne famosa in tutto il mondo quando durante la prima esposizione internazionale in 1851 fece installare una gigantesca fontana ad Hyde Park, a Londra. Milioni di visitatori da ogni parte del globo volevano portare a casa con sé un po' di quest'acqua delle meraviglie e ancora oggi è possibile ammirare la famosa fontana sul logo di Schweppes, rimasto immutato anche in seguito all'ultimo restyling. Da febbraio, Schweppes è disponibile nelle nuove bottiglie.

LA bibita premium

Da oltre 230 anni, Schweppes è sinonimo di una straordinaria esperienza sensoriale, nonché di una qualità eccellente e costante. Con il restyling del marchio è ancora più evidente che Schweppes è LA bibita premium per eccellenza per il gusto adulto e non mancano i vantaggi anche per voi ristoratori.

www.schweppes.ch



Il restyling delle bottiglie sottolinea l'eccellente qualità di Schweppes.

Vantaggi anche per voi ristoratori

- L'etichetta trasparente sta a sottolineare che Schweppes è una bevanda premium.
- Mentre la forma delle bottiglie in vetro da 20 cl è rimasta immutata ed è sempre molto amata dai clienti svizzeri.
- Schweppes Indian Tonic, Bitter Lemon o Ginger Ale: i variopinti tappi a corona vi aiuteranno a tenere in ordine il vostro frigorifero.

Hotel Eden im Park: il regalo ideale per San Valentino

Feuer und Flamme – un romantico viaggio del gusto per coppie

Regalate un buono al vostro partner per San Valentino e la settimana successiva potrete intraprendere il romantico «viaggio del gusto» proposto dall'Hotel

Eden im Park di Rheinfelden. Dopo la visita alle fonti saline, vi attende un focoso menù a sorpresa.

Gli amanti della buona tavola e i curiosi si recano regolarmente all'Hotel Eden im Park per intraprendere il «viaggio del gusto», un evento caratterizzato da un servizio intrigante, un'atmosfera incantevole e un menù a tema.

Ideale come regalo

«Feuer und Flamme» (fuoco e fiamme) è uno dei dieci «viaggi del gusto» proposti dal ristorante Makaan dell'Hotel Eden im Park. È dedicato alle coppie e si tiene il 21 febbraio, poco dopo San Valentino, la festa da cui trae ispirazione. Questo «viaggio del gusto» è il regalo ideale per il partner, con cui pregustare per una settimana la gioia di partecipare all'evento.

Un successo straordinario

«Il nome «Feuer und Flamme» è stato scelto per omaggiare l'amore e la festa degli innamorati, San Valentino», afferma Walburga Kunz. Secondo l'albergatrice ha riscosso un successo straordinario: «Sono già otto anni che l'organizziamo e abbiamo sempre registrato il tutto esaurito.»

Una capatina alle fonti saline

Come prima cosa, «Feuer und Flamme» porta gli innamorati in acqua: «Per iniziare l'esperienza con il piede giusto e ammirare la splendida vista dalle fonti saline a 33°C con sauna e bagno di vapore. L'area spa è aperta in esclusiva per le coppie



Feuer & Flamme
Samstag, 21. Februar 2015, ab 17 Uhr



«Finora l'evento ha registrato sempre il tutto esaurito.»

Walburga Kunz, albergatrice dell'Hotel Eden im Park di Rheinfelden

che partecipano al «viaggio del gusto», dichiara Walburga Kunz.

Il programma presentato sul volantino di «Feuer und Flamme» prosegue quindi



con un «menù romantico da quattro portate e pieno di sorprese ideato dalla cucina dell'«Eden».

Coppie di ogni età

«La serata si svolge a lume di candela e in un contesto romantico», racconta Walburga Kunz, senza scendere troppo nei dettagli «per non rovinare la sorpresa a tutte le coppie che il 21 feb-

braio si recheranno all'Hotel Eden im Park.»

Il pubblico è composto da «coppie di tutte le età», dichiara l'albergatrice, «clienti abituali e, naturalmente, nuovi.» «Feuer und Flamme» costa 92 CHF a persona. Le coppie che non desiderano visitare le fonti saline avranno diritto a uno sconto di 10 CHF a persona.

www.hoteleden.ch

«Feuer und Flamme» inizia con la visita alle fonti saline.

In birreria con Beat Schlatter

Nussgipfel e gatti in salmi

Luogo:

Ristorante Frieden,
Wehntalerstrasse, Zurigo.

Interlocutore:

Heinz Kolb, gestore.

Beat: Se un rappresentante entra nel ristorante, qual è il modo migliore di lagnarsi per il gestore? Heinz: Beh, dietro al buffet tengo sempre un paio di stampelle. Ride. Gli squilla il cellulare, risponde, parla brevemente e in toni amichevoli con l'altra

persona e riaggancia. Era Nöggi, il musicista. È un mio cliente abituale.

Beat: L'ho visto da poco all'assemblea generale della Hürlimann Bier A.G. È dimagrito tantissimo. È un buon segno per un ristorante se un cliente fisso dimagrisce così tanto? Do un morso a un Nussgipfel fatto in casa e penso che non può essere la ragione del dimagrimento di Nöggi: è il miglior Nussgipfel che io abbia mai mangiato. Heinz: Non è importante cosa mangia un



Beat Schlatter (SX) e Heinz Kolb del ristorante Frieden.

cliente, ma che torni spesso e volentieri nel locale.

Beat: Torniamo alle lamentele: sarebbe utile per i gestori se si tenessero dei corsi di lamentele professionali? Magari potrebbero imparare a lamentarsi con i rappresentati delle nuove tovaglie, dei mobili da giardino e tanto altro ancora. Un'idea potrebbe essere

offrire loro una sedia a cui si spezza una gamba non appena si siedono. Heinz: Esistono tanti trucchetti che ogni ristoratore custodisce gelosamente.

Beat: Un'altra domanda delicata: se un cliente venisse da te con il suo gatto morto chiedendoti di cucinarlielo, cosa faresti? Heinz: Mi rifiuterei!

Beat: Per ragioni etiche o perché non sai come si sbudella un gatto? Heinz: Lo so come si sbudella un gatto o un cane, non sarebbe un problema.

Beat: E se fosse un cliente fisso che festeggia un compleanno importante a portarti il gatto? Heinz: Non cucinerei il gatto. Magari suggerirei al cliente di provare a chiedere in Estremo Oriente.

Agenda presentata da **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

Muba e il compleanno di Feldschlösschen

• **Fiera campionaria di Basilea:** nel 2014 la Muba ha attirato 164000 visitatori alla più grande area fieristica della Svizzera. E anche quest'anno, dal 6 al 15 febbraio, sono previsti molteplici prodotti afferenti i settori più svariati: arredamento, casa, giardino, edilizia, ristrutturazione, moda, salute, sport, multimedia, viaggi, cultura e gastronomia. Feldschlösschen intratterrà i visitatori con le bevande adatte.

www.muba.ch

• **Compleanno di Feldschlösschen:** all'8 febbraio 1876 risalgono la prima produzione di birra della «Kollektivgesellschaft Wüthrich & Roniger Brauerei zum Feldschlösschen» e la fondazione del marchio e della società Feldschlösschen, pronta a festeggiare il suo 139° compleanno. Durante il primo anno di attività furono prodotti 3600 ettolitri di birra che segnarono l'indizio di una storia di successi per l'imprenditoria svizzera.

www.feldschloessen.com



DIZIONARIO DELLA BIRRA

W come Würze (mosto)

Il **mosto** è un liquido zuccheroso ottenuto dalla macinazione del malto che viene cotto in una speciale padella insieme al luppolo: quest'ultimo rilascia delle sostanze aromatiche che, con il malto, vanno a creare il tipico sapore della birra. Il contenuto zuccherino del malto prima della fermentazione viene chiamato grado saccarometrico e il suo valore oscilla tra il 6% e il 25%.



LA BARZELLETTA del mese

Un cinese è seduto in una locanda zurighe- se e ordina una birra piccola. Il cameriere gliela porta e la appoggia sul sottobicchiere. Dopo un po', il turista cinese ordina un'altra birra piccola. Il cameriere gliela porta ma il sottobicchiere non c'è, così ne mette un altro. Successivamente, il cinese ordina la sua terza birra, e di nuovo il sottobicchiere è sparito. Questa volta il cameriere mette il bicchiere direttamente sul tavolo e il cinese chiede: «Ma dove è biscotto?»



ORDINATE
ORAI!

1128

+ GRIMBERGEN +
ABDIJBIER - BIÈRE D'ABBAYE